**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

Levallois, le 2 juin 2015

Mediametrie

# L'audience de l'internet en France en avril 2015

## Près d'1 internaute sur 6 sur les sites de constructeurs automobile

En avril 2015, 6,7 millions d'internautes ont consulté au moins un site de constructeurs automobile au cours du mois, soit 14,5% de la population internaute. Cela représente une progression d'audience de 13,8% en un an pour la sous-catégorie « Constructeurs automobile », soit 800 000 visiteurs uniques supplémentaires.

Les internautes CSP+ et homme âgés de 25-49ans comptent parmi les plus gros consommateurs de ces sites puisqu'ils représentent respectivement 43,1% et 28,2% de l'audience de la sous-catégorie, contre 28,9% et 18,7% au sein de la population internaute. Ils passent également plus de temps que la moyenne : alors qu'un internaute moyen a passé en moyenne 11 minutes et 49 secondes sur les sites de constructeurs automobiles, les CSP+ et les hommes de 25-49 ans ont respectivement passé en moyenne 13 minutes et 46 secondes et 15 minutes et 54 secondes.

En avril 2015, les internautes ont privilégié leurs recherches sur les sites de constructeurs automobile nationaux. En effet, Renault est en tête avec 1,6 million de visiteurs uniques, suivi de Peugeot et 1 million de visiteurs uniques. Le podium est complété par Citroën avec 983 000 visiteurs uniques au cours du mois d'avril. Suivent Dacia (filiale de Renault) et Nissan avec respectivement 637 000 et 578 000 visiteurs uniques.

**Top 5 de la sous-catégorie « Constructeurs automobile » en avril 2015**

| Rang | Brands | Visiteurs uniques par mois | Couverture internaute mensuelle (%) | Temps par internaute par mois |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Renault | 1 645 000 | 3,6 | 0:08:33 |
| 2 | Peugeot | 1 026 000 | 2,2 | 0:11:08 |
| 3 | Citroën | 983 000 | 2,1 | 0:07:03 |
| 4 | Dacia | 637 000 | 1,4 | 0:09:36 |
| 5 | Nissan | 578 000 | 1,3 | 0:02:52 |

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – avril 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

| Rang | Groupes | Visiteurs Uniques par mois |
|---|---|---|
| 1 | Google | 39 924 000 |
| 2 | Microsoft | 34 001 000 |
| 3 | Facebook | 26 125 000 |
| 4 | Orange | 21 095 000 |
| 5 | Wikimedia Foundation | 20 801 000 |
| 6 | Webedia | 20 328 000 |
| 7 | CCM Benchmark Group | 20 134 000 |
| 8 | Solocal Group | 19 871 000 |
| 9 | Vivendi | 18 359 000 |
| 10 | Schibsted | 17 218 000 |
| 11 | Groupe Lagardere | 17 132 000 |
| 12 | Amazon | 16 045 000 |
| 13 | Iliad | 15 743 000 |
| 14 | Yahoo | 14 008 000 |
| 15 | M6 | 13 736 000 |
| 16 | Groupe Figaro | 13 097 000 |
| 17 | Groupe Le Monde | 12 572 000 |
| 18 | Groupe Credit Agricole | 12 288 000 |
| 19 | Groupe Auchan | 12 135 000 |
| 20 | Prisma Media | 12 053 000 |
| 21 | La Poste | 12 030 000 |
| 22 | Groupe TF1 | 11 617 000 |
| 23 | Groupe Amaury | 10 619 000 |
| 24 | francetélévisions | 10 574 000 |
| 25 | Groupe Casino | 10 513 000 |
| 26 | auFeminin | 10 481 000 |
| 27 | Gouvernement Francais | 9 963 000 |
| 28 | eBay | 9 949 000 |
| 29 | Association VideoLAN | 9 913 000 |
| 30 | Apple Computer | 9 816 000 |
| 31 | Dailymotion | 9 680 000 |
| 32 | Ministere de l Education Nationale | 9 125 000 |
| 33 | Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie | 8 920 000 |
| 34 | SNCF France | 8 812 000 |
| 35 | Meteo France | 8 085 000 |
| 36 | Roularta | 8 067 000 |
| 37 | Next Radio TV | 7 928 000 |
| 38 | Fnac | 7 619 000 |
| 39 | Michelin | 7 256 000 |
| 40 | 20 Minutes France | 6 909 000 |
| 41 | Societe Generale | 6 818 000 |
| 42 | OTTO | 6 491 000 |
| 43 | Carrefour | 6 289 000 |
| 44 | Kingfisher | 6 223 000 |
| 45 | Assurance Maladie | 6 121 000 |
| 46 | Dropbox | 6 026 000 |
| 47 | InterActiveCorp | 5 943 000 |
| 48 | Tripadvisor | 5 929 000 |
| 49 | Hutchison-Priceline | 5 887 000 |
| 50 | PriceMinister | 5 876 000 |

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – avril 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

L'audience de l'internet en France en avril 2015

## Le Top 50 des Sites les plus visités en France

| Rang | Marques B | Visiteurs uniques par mois | Visiteurs uniques par jour |
|---|---|---|---|
| 1 | Google | 38 881 000 | 15 511 000 |
| 2 | Facebook | 26 027 000 | 8 006 000 |
| 3 | Microsoft | 23 232 000 | 3 170 000 |
| 4 | YouTube | 22 913 000 | 3 790 000 |
| 5 | Wikipedia | 20 506 000 | 2 492 000 |
| 6 | Orange - T | 18 985 000 | 5 219 000 |
| 7 | Leboncoin.fr - TS OJD | 17 214 000 | 3 019 000 |
| 8 | Windows Live | 16 568 000 | 2 825 000 |
| 9 | Amazon | 15 722 000 | 1 670 000 |
| 10 | PagesJaunes | 15 702 000 | 1 374 000 |
| 11 | Free | 15 132 000 | 1 863 000 |
| 12 | Skype | 14 942 000 | 4 759 000 |
| 13 | Yahoo - T | 12 775 000 | 2 450 000 |
| 14 | France Televisions - TS OJD | 10 574 000 | 912 000 |
| 15 | SFR | 10 224 000 | 1 911 000 |
| 16 | Blogger | 10 048 000 | 830 000 |
| 17 | Videolan | 9 913 000 | 1 530 000 |
| 18 | Apple | 9 816 000 | 1 221 000 |
| 19 | Dailymotion - TS | 9 680 000 | 712 000 |
| 20 | Le Figaro - TS OJD | 9 662 000 | 858 000 |
| 21 | Cdiscount | 9 600 000 | 728 000 |
| 22 | Linternaute.com - TS | 9 508 000 | 591 000 |
| 23 | CommentCaMarche - TS | 9 336 000 | 586 000 |
| 24 | Outlook (Outlook.com) | 8 765 000 | 2 180 000 |
| 25 | AlloCine - TS | 8 528 000 | 689 000 |
| 26 | OverBlog | 8 394 000 | 558 000 |
| 27 | Credit Agricole | 8 187 000 | 1 522 000 |
| 28 | MSN - T | 8 115 000 | 1 702 000 |
| 29 | Meteo France - TS | 8 085 000 | 1 011 000 |
| 30 | impots.gouv.fr | 7 752 000 | 479 000 |
| 31 | Le Monde - TS OJD | 7 750 000 | 819 000 |
| 32 | Fnac | 7 521 000 | 525 000 |
| 33 | eBay | 7 450 000 | 844 000 |
| 34 | Voyages-Sncf.com | 7 420 000 | 510 000 |
| 35 | Mappy - TS | 7 210 000 | 485 000 |
| 36 | Service-Public.fr - TS OJD | 7 043 000 | 424 000 |
| 37 | Bing | 6 945 000 | 988 000 |
| 38 | 20minutes.fr - TS OJD | 6 899 000 | 583 000 |
| 39 | Marmiton - TS | 6 796 000 | 399 000 |
| 40 | L Obs - TS OJD | 6 656 000 | 511 000 |
| 41 | Tele Loisirs - TS OJD | 6 587 000 | 942 000 |
| 42 | ViaMichelin - TS | 6 540 000 | 448 000 |
| 43 | MYTF1 - T | 6 495 000 | 526 000 |
| 44 | Le Parisien - TS OJD | 6 363 000 | 497 000 |
| 45 | L Express.fr - TS OJD | 6 286 000 | 399 000 |
| 46 | Assurance Maladie | 6 121 000 | 435 000 |
| 47 | LA POSTE | 6 073 000 | 1 069 000 |
| 48 | Doctissimo - TS OJD | 6 053 000 | 359 000 |
| 49 | Dropbox | 6 026 000 | 866 000 |
| 50 | TripAdvisor | 5 929 000 | 384 000 |

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – avril 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Définitions et méthodologie

**Groupe ou Parent (P)** : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

**Marque ou Brand (B)** : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

**Channel (C)** : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

**Visiteurs Uniques par mois** : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

**Visiteurs Uniques par jour** : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

**Application Internet** : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'octobre 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**OJD** sont notifiés d'un « **TS OJD** »

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – avril 2015 – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings s'appuie sur un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats d'octobre 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Médiamétrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'OJD, de la mesure eStat, et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

## *A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings*

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€.*

*Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

*Web : www.mediametrie.fr*
*Twitter : www.twitter.com/Mediametrie*
*Facebook : www.facebook.com/Mediametrie*

**Contacts Presse :**

*Adélie MENAGER*
Tél : 01 71 09 93 18
amenager@mediametrie.fr

*Jeanne LAVERSIN*
Tél : 01 47 58 97 83
jlaversin@mediametrie.fr